artfaber
Les représentations artistiques des mondes économiques
www.artfaber.org

CONFÉRENCE

ESPACIO DISPONIBLE

15 novembre 2025
Citéco
1 Pl. du Général Catroux, 75017 Paris

INSCRIPTION CONSEILLÉE - PLUS D'INFOS
ASSAS-UNIVERSITE.FR

Le **samedi 15 novembre à 16h30, le Collectif international de l'Art faber / Lab. Arts, Économies et Droit de l'Université Paris-Panthéon-Assas organise à Citéco**, dans le cadre de la programmation thématique sur la Mondialisation : **Espacio disponible d'Eduardo Navé- Espaces publicitaires disponibles, Rencontre-projection suivie d'une vente signature.**

Rencontre-projection avec le photographe Eduardo Nave et Claude Bussac, commissaire de l'exposition et directrice des études artistiques de la Casa Velázquez, rencontre animée suivie d'une vente signature de l'ouvrage Espacio Disponible, publié en juin 2025 aux éditions Loco avec le soutien d'Art faber, avec un texte de Gilles Lipovetsky.

> Entrée gratuite dans la limite des places disponibles
> Réservation conseillée
> En savoir plus

Nous sommes passés d'une économie axée sur l'offre à une économie axée sur la demande. La nouvelle économie du monde ne se définit pas seulement par la souveraineté d'une logique financière, elle est indissociable du poids que représentent les consommateurs. La consommation fonctionne désormais comme un flux continu et incessant. Les panneaux publicitaires installés dans le paysage
appartiennent déjà au passé, à une ère analogique. Leur matérialité est remplacée par des dispositifs publicitaires électroniques qui s'installent désormais dans les champs virtuels de l'Internet.
Le travail du photographe espagnol Eduardo Nave a été de documenter ces squelettes d'un passé glorieux et d'en dresser un inventaire. Ces panneaux sont devenus de véritables totems déchus et décharnés qui se désintègrent, année après année,

contaminant l'environnement et le paysage visuel.
Il révèle ainsi une archéologie d'une société de consommation d'un autre siècle.
« Espacio disponible, c'est l'anti-Times Square : à la saturation de l'espace urbain par les enseignes resplendissantes en néon et LED succède le no man's land des zones arides, dépeuplées, quasi désertiques, seulement surmontées de structures décharnées en quête de repreneur improbable. La désolation après le brillant, le vide après l'excès, l'ennui après l'euphorie de l'animation publicitaire. Voici le temps de la désaffection d'un grand vecteur communicationnel né au commencement de la modernité industrielle. » Gilles Lipovetsky

artfaber
Les représentations artistiques des mondes économiques
www.artfaber.org